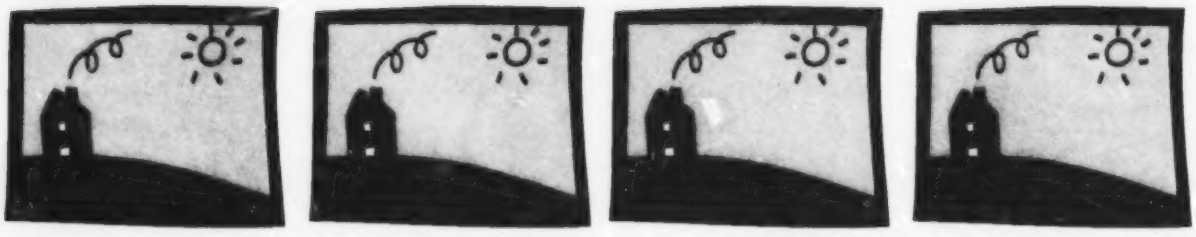
AWARENESS '98

Vancouver, British Columbia

March 1998



Public Awareness Workshop

NATIONAL ENERGY BOARD

Canada

Awareness '98 Workshop

If your responsibility is to create, implement or deliver a public awareness program for buried utilities, the Robson Centre in Vancouver was the place to be on 27 March 1998. Awareness '98, the second public awareness workshop hosted and organized by the National Energy Board, began bright and early as participants began to arrive at 7:30 A.M.

Delivering a high quality workshop, and meeting the expectations of feedback from the '97 workshop are goals that were established very early in the planning process. To meet those goals, a dedicated Team was essential. Such a Team wasn't difficult to find. Stella Hiebert, Karen Befus and Franco Valle stepped forward to lend their initiative, expertise and dedication.

Seven presentations delivered by industry public awareness experts opened the floor to the sharing of ideas, exchange of best practices and created the atmosphere of a united effort to enhance public awareness programs, public safety and increase public confidence in pipelines. Many times throughout the day, we heard that "Safety is not proprietary". This was echoed by the willingness of companies to share their accomplishments and by their encouragement to "steal" ideas.

The Board opened up, too. The presentation, "Public Awareness and the Role of the Board" was designed to let company representatives know what Board staff are looking for when reviewing a program. By doing so, we hope that our role in the overall public awareness initiative is more clear and that companies will continue to work with Board Inspectors in achieving the collective goal of public safety.

These presentations are provided in the pages that follow and we have attempted to capture the essence of the questions and dialogue that followed some of the presentations. To ensure accuracy, the text was submitted to each respective presenter for approval prior to printing of this document.

For those who create, implement and assess awareness programs, dedication is an essential trait. The audience is ever-changing and, therefore, the task is never complete. We hope we have mirrored this dedication with the Awareness '98 workshop.

Mike Sullivan
Project Leader, Awareness '98 Workshop

© Her Majesty the Queen in Right of Canada 1998 as represented by the National Energy Board

Cat. No. NE23-73/1998
ISBN 0-662-63999-5

Copies are available on request from:
The Publications Office
National Energy Board
444 Seventh Avenue, SW
Calgary, AB T2P 0X8
Phone: (403) 292-3562
Fax: (403) 292-5503
E-Mail: orders@neb.gc.ca

For pick-up at the NEB office:
Library
Ground Floor

Printed in Canada

Table of Contents

Evolving a Public Awareness Program 1

Gary Davis

TransCanada Pipelines Limited

Edmonton Area Pipeline and Utility Operators' Committee - A Model for Your Community 5

Bruce Wilson

Keeping In Touch - K.I.T. 6

Kevin Underhill & Warren Loper

Interprovincial Pipelines Inc.

BC One Call 8

Scott Henley

Edmonton Emergency Response Department 8

Tim Vandenbrink

Effective Awareness Programs

A Risk Communication to Pipeline Neighbours 9

Joan Hess

Trans Mountain Pipe Line Company Ltd.

Safety Starts With a Call - 1998 Safety Breakfasts 9

Bev Graham

Petroleum Transmission Company Ltd.

Public Awareness and the Role of the Board 10

Mike Sullivan

National Energy Board

Conclusion 13

Closing Comments 14

Evolving a Public Awareness Program

TransCanada PipeLines Limited - Gary Davis

When I was approached by Mike Sullivan to make this presentation, the working title was "Conducting a Public Awareness Program". However, as I began work on THIS, I realized that what I really wanted to talk about is how the TransCanada PipeLines public awareness program is evolving into something much more pro-active and inclusive than anything the company has undertaken to date.

So today, I'm not sure I will be providing you with many answers. Hopefully, I will give you some insights on where TransCanada is taking its Public Awareness Program. And certainly, I and the other TransCanada folks here today, have a goal of picking your brains on how we can best achieve some of our objectives as our program evolves.

As our industry becomes fractured by the stresses and strains of a deregulated market place, our concern for public safety is the tie that binds us together. This is the one forum where there are no proprietary ideas. So, please feel free to steal any ideas we may present this morning. Rest assured, we intend do to the same from your programs.

The TransCanada pipeline system poses a tremendous challenge for our public awareness effort. We have 14,492 kilometres of pipeline in a right-of-way that is 4,422 kilometres long, running from Burstall, Saskatchewan to Phillipsburg, Quebec.

We have more than 7,400 landowners, many of whom own more than one property crossed by our pipeline. Our pipeline's location has a potential impact on 387 communities, represented by 479 first responder organizations, including fire, police and emergency medical response units. It's a lot of ground to cover.

First, let me give you an overview of our current Public Awareness Program, which focuses on three external audiences:

- Excavators and heavy equipment operators
- First Responders
- Municipal officials

Excavators are people who could potentially damage our pipeline. They include landowners, contractors, seismic crews and other utilities, to name a few. Our message to excavators is simple, and universal: Call Before You Dig!

We spread this Call Before U Dig (CBUD) message several ways:

- Annual mailings to landowners, including a calendar
- Personal visits with landowners
- "Call Before U Dig" information provided to landowners, contractors
- Contractor breakfasts to promote CBUD, either hosted by TCPL or with other industry members
- Sponsorship and participation at association/industry trade shows to promote CBUD
- Signage to indicate presence in community
- 1-800 CBUD number to ease contact process
- Free locates
- Help with crossing applications
- Endorsement and participation in one-call systems
- Handouts and trinkets to promote CBUD, such as fridge and dash magnets, hats, pen holders, etc.
- Direct advertising

For First Responders, our objective is to prepare them to respond to an emergency in a co-operative and co-ordinated manner. To accomplish this, we have identified all agencies likely to respond to a pipeline emergency and contacted them to initiate a dialogue and process of planning and coordination. Some of the activities in this area include:

- Annual contact with each agency
- Producing and distributing an educational video and leader's guide on pipeline emergency response for use by emergency response units in training their members

- Producing an emergency planning workbook as a framework for development of local emergency response plans
- Facilities tours

For municipal officials, our objective is to educate them to become our ambassadors. We want them to feel confident and trust in the company and its dedication to the safety of the public.

In this regard, we have undertaken the following:

- Continually updating our list of community leaders
- Establishing personal liaison with provincial and local politicians and officials
- Meeting with councils
- Maintaining an ongoing dialogue with community opinion makers through personal contact by senior field staff
- Sponsoring local programs, such as child identification, child safety and snowmobile safety programs

The program has done well. We have been able to achieve our objectives in making these key stakeholders more aware of safety issues.

However, we've concluded that it's not enough. Our program has been a quiet one, based on meetings with folks, who, for the most part, know who we are, have some understanding (or think they have some understanding) of our pipeline, and are open to our message. As one of our people put it: "Our program assumes that the public is a sleeping giant that we don't want to wake."

Well, we believe the giant is awake. When a pipeline rupture occurs, it is not a local event. Because they are infrequent and provide great videos, they always make the news. The public knows these pipeline accidents occur, and are becoming more and more uneasy about them. It's our responsibility to ensure that the public has the right story about the tremendous efforts our industry puts forth in the name of public safety.

We believe we need to go beyond our traditional audiences, and expand our efforts to all those who may be influenced and impacted by our activities or pipeline emergencies.

This means extending our message to neighbouring landowners, the public, regulators, provincial and federal officials, the media, members of our own industry (through forums such as this) and our employees; not just the ones with the responsibility for public awareness. Any employee who has contact with the public should be a safety ambassador for the company and the industry.

So how do we do this? How do we successfully, effectively and cost efficiently expand the reach of our message?

We can no longer think of public awareness as a separate set of activities.

We want our public awareness program to become one with our community relations efforts. Wherever we go, whatever we do, we must have our people prepared to talk about, promote, and remind folks about our public safety activities. And that message must be consistent, even as the delivery is tailored to more effectively connect with specific stakeholders in our rural and urban areas.

We've established a new External Relations Department with a focus on communicating our key messages to stakeholders. This department is playing a role in the evolution of our community relations/public awareness initiatives in support of people like Fred Evoy, Roel Lancée, Rob Shepanik and Monica Brinck who deal with Emergency Preparedness and Public Awareness issues for TransCanada.

That department also has built links with our safety representatives in our five regional offices. These people have made our public awareness program the success it has been to date. The support and enthusiasm of these individuals -- Doug Yates, Jim Shaw, Kim McCaig, Peter Vastenhout and Bryce Simes -- is what will make this new initiative work.

We intend to place community relations coordinators in the field who will have community relations/public awareness initiatives as their sole focus.

This will provide the additional resources necessary to keep this effort at the forefront of our regional organizations.

We have revamped our key public awareness literature to make it more concise and readable.

We have added a pamphlet on personal safety which addresses what the public can do if faced with a pipeline emergency.

There are a number of other steps that also must be taken before we can consider the evolution of our program to be complete.

- Extend our reach to educate emergency responders beyond providing our front-line response video. We are going to be proactive in attending provincial fire chiefs conventions, organizing regional fire/police chiefs meetings and table-top strategy sessions, and providing speakers for local fire halls.
- Develop safety presentations for local community organizations, such as Rotary and Lions Clubs to reach key opinion and business leaders.
- Step up our communications on public safety issues with local media so that communities more frequently read about the maintenance work being undertaken to keep the pipeline in their community operating safely.
- Spread public awareness to local schools. We recently developed an activity book for use by second through fourth grade teachers and students, and are developing an outreach program to have these teachers find ways to utilize these materials in their classes. If the children feel safe about natural gas, so should their parents.
- Next month will see distribution of our new landowner newsletter for landowners and their elected officials. Safety information will be a key part of this publication's content.
- We're moving this initiative to the internet, and hope to have a Community Relations site on the TransCanada web site in the near future. A key portion of this site will be dedicated to public awareness information.
- And we will be finding ways to better integrate our public awareness messages into the day-to-day routine of all our employees.

The messages involved in the program must be consistent, while being cognizant of the specific needs of different stakeholders and they must be delivered frequently.

Just as critical to this effort is the need to have an appropriate feedback and evaluation mechanism. We need this to measure the effectiveness of our programs, but also to demonstrate to our stakeholders that we care about their opinions on public safety. And then we must find ways to act on this information. This will be a critical focus during the months ahead.

While we don't have all the answers, we do know that this community relations approach to public awareness can work. Our recent experience with the community of Cabri, Saskatchewan, is a case in point.

In December, we had a line break near Cabri. There were no injuries or serious property damage. The operation to contain the rupture and repair the line went like clockwork. Our people in the field did a wonderful job in keeping in touch with the landowners closest to the break and their municipal officials.

We felt there would be a need to sit down with the community and explain what had happened. However, local leaders were ambivalent about having a meeting. But we knew we had to do something, and we wanted to go beyond the "us versus them" format of having company officials provide a briefing at a public meeting. We wanted something that was less confrontational, more one-on-one, and that would encourage wide community participation.

The people in the field always have the best handle on these situations, and, sure enough, one of our right-of-way agents recommended we hold a community night. A great idea, and a good test for our new public awareness vision.

Our objective was to ensure that everyone in Cabri understood what we were doing to keep our pipeline operating safely. So we sent invitations to our landowners and municipal officials inviting them to the event. We then papered the town with posters so the community knew they were invited. We hired the local hockey team moms to cater beef on a bun.

We brought in about a dozen experts from Calgary to complement another dozen of our field personnel to greet people and host information booths about the line break, our maintenance program, and construction plans for the area.

We had a turnout of more than 300 people. Most of the folks came for the free meal, but judging from the

informal exit interviews they came away with much more than that.

They appreciated learning about our pipeline, even though they didn't think they would. The one-on-one approach paid off in that regard.

The event further reinforced the positive attitudes people felt for the company.

And more than one resident was relieved to learn the free meal did not come with a speech.

Our Cabri experience demonstrates that the idea of being proactive with the public has benefits, even in what you may consider to be the worst of times.

In summary, there are new and greater expectations on the part of the public and elected officials for information on safety. We are, more than ever, expected to be the guardians of public safety, and there are no excuses for not delivering. Therefore, it is in our best interests to ensure our stakeholders understand how we go about safeguarding the public.

We have excellent programs. There is a need to talk about them.

If we can better inform more people, more frequently with a consistent message about our pipeline safety programs, it can only:

- Provide for better co-ordination and public understanding during times of emergency;
- Reinforce positive attitudes toward individual companies and the industry;
- and maintain the positive relationships we have all worked hard to build with our communities and regulators.

We see the evolution of our public awareness effort as an investment in our future and the communities' future.

It's the right, responsible thing to do.

And it should demonstrate to the public, elected officials and our regulators that we can provide information on public safety to a wider audience in partnership with them, not as a requirement by them.

Questions and Answers

Q. Regarding the Cabri experience, what was the time frame between the break and getting to the community?

A. About a month.

Q. What happened between the break and the community night? What kind of communication was there between TransCanada and the community?

A. The first day, company officials were there. A lot of one-on-one. It helped with rumour control and it was a chance to hit a home run with the community. One-on-one was the key effort, to talk with individuals to calm their concerns.

Q. What was the layout of the event? Was it a formal layout?

A. No, it wasn't formal, we had the local hockey team come and serve beef on a bun. We also had different areas in the hall, i.e. construction area etc. and we had a representative at each booth. We had TransCanada personnel at the door greeting people, asking them why they were attending. We found people who were concerned and some who just wanted a free meal. We showed them in and they had a good meal - one person was quite happy that they had a meal without a speech!

Q. Do you have a structured approach to these community meetings?

A. Not really, if there is a community near our pipeline, we'll talk to them. There's no formula. We talk to anyone who is concerned about pipeline safety.

Q. Where do you want to expand your availability to the public next?

A. The internet. More and more access to the internet. I'm interested in linking to other sites on the internet; to community associations, and the NEB. TransCanada wants to make the website more easy to use and interactive.

Q. The community night in Cabri was post event. Are you planning to do them pre-event?

A. We will look for opportunities to get out there and talk to communities before we have problems. In Cabri, we were ensuring the community that we are there and that we are concerned.

Edmonton Area Pipeline and Utility Operators' Committee - A Model for Your Community

Bruce Wilson

The 1979 Millwoods Pipeline Rupture which I described to you, and the ensuing scramble for vital information, taught us all how essential it is to know your neighbours and the people you may have to work with in an emergency. What did we do about it? Well, the first step we took was in organizing EAPUOC - we met, and continue to meet, monthly and all members involve their upper management in at least a couple of our meetings each year. We have presented, every year since 1980, a Spring Safety Seminar which attracts more than 500 attendees from the pipeline, utilities, excavating and other engineering and construction trades and professions.

EAPOUC tests and exercises its responses, but when a real emergency happens, it's necessary to bring all these people - the right people - together quickly! That's been our goal in developing our "Emergency Call-Down System". Our objective is to quickly alert every operator-member of EAPUOC, to advise them of an actual or potential pipeline emergency, to canvass or contact our members in response to a perceived problem - for instance a widespread, unidentified petroleum odour - to warn of a potential threat to installations or to heighten awareness of a developing situation or threat such as an oil slick or a sheen on a river.

Edmonton inaugurated its "911 Emergency" facility many years ago - March 1969 - the first Canadian city to provide this single-call, rapid access to ambulance, fire and police services. As the Edmonton telephone system was city-owned and operated - and a member of EAPUOC - a suitable design plan and the equipment to tie in with "911" and the fire service were readily made available. It was also helpful - but is not an essential for such a system - that Edmonton's city services and departments are part of an "umbrella" operating policy which requires them all to contribute expertise, equipment and services which may be required for Edmonton's disaster and emergency preparedness. The resulting Call-Down System was put in place with the cost shared among EAPUOC members.

EAPUOC finances its activities through two classes of annual membership fees, with larger fees from pipeline and utility-operating members and lesser fees for government, regulatory and emergency responders.

Dedicated telephone links are installed between our emergency response/dispatch centre and the 24 hour control centres of three of our EAPUOC members. This "1 to 3" link is activated by a "pipeline" button on every emergency dispatcher's phone. Each of the three member-company control centres has a list of designated EAPUOC members for which it is responsible in an emergency - grouped according to pipeline specialty, that is:

- Gas Pipelines
- Crude-oil Pipelines
- Refined products Pipelines

Every company on each of those three lists is then called individually by one of the three main control centres. Emergency dispatch then makes additional member contacts:

- The County of Strathcona Fire Department
- Alberta Energy and Utilities Board
- National Energy Board

The same consistent message is given in every instance. As each company is notified and determines its status and involvement, it makes a call back to fire dispatch, using a designated phone number, reporting its status, its involvement and action it is taking. Each of these calls is time logged on a dual tape-recorder and can be retrieved for information, action, assistance or reference.

Emergency dispatch meanwhile requests police response, calls out appropriate fire and ambulance responders and, in addition has placed the call to the County of Strathcona's Fire Dispatch to establish a working relationship and forewarn them of potential involvement.

The call that was placed to the Alberta Energy and Utilities Board and the National Energy Board puts them on notice for any special assistance or regulatory action that may be needed. Pipeline and utilities service and other response can thus be co-ordinated or channelled through Edmonton's emergency dispatch centre and should the incident escalate, the basis that has been established for co-ordination can continue, or be transferred in an orderly way to involve higher levels of management, such as a municipal Emergency Operations Centre.

Keeping In Touch - K.I.T.

*Kevin Underhill & Warren Loper - Interprovincial Pipelines Inc.**

On behalf of IPL, Warren and I would like to thank the NEB for providing us with the opportunity to discuss IPL's Public Awareness Program. Some of you may have been present at the 1997 Awareness workshop where IPL discussed the actual mechanics or process of how IPL conducts its annual Public Awareness Program. Warren and I are here today to speak to you about some of the tools IPL utilizes to carry out its annual program. I will talk about a new initiative IPL has undertaken while Warren will speak to you about our video "Hit or Miss" which continues to be an excellent method of communicating awareness of pipelines.

The goals of IPL's Public Awareness Program are to educate and achieve awareness with stakeholders who live and work near our pipelines. IPL's goal is to provide specific information required by the various target groups and present it in a manner that is simple and clear which we believe will enhance the usability of the information for that particular group.

K.I.T. - Keeping In Touch

In mid 1997, IPL's Right-of-Way, Crossings, Environment, Safety and Public Affairs departments got together to revisit Public Awareness - more specifically, the brochures that the Company uses to conduct its annual program. There was a desire to give our materials a new look and to update them and ensure they were delivering the key messages as effectively as possible. To assist us in this process we sought the expertise of outside consultants whose role was to review all past Public Awareness Materials and develop a package that would meet our needs and the needs of the various stakeholders.

From this process, the Keeping in Touch theme was developed and expanded into the program we are currently unfolding to the public. K.I.T. is the acronym and logo that is the new underlying theme for IPL's annual Public Awareness Program.

Communication Objectives

Educate Audiences

We have 3 key Target Groups which IPL has identified - landowners, neighbours and tenants, Emergency Responders, and Excavators and Utilities.

Communicate Directly Relevant Information

Here we wanted to provide specific relevant information to each target group

Customize Messages

Make them more relevant to the individual target audiences in terms of content style and tone.

Simplify Message

In order to enhance the usability of the information we wanted to simplify the message and avoid the use of technical jargon wherever possible.

K.I.T. Bag

As mentioned earlier, this presentation is meant to focus on the tools which IPL utilizes to conduct it's annual
program rather than discuss the process. A key component of IPL's program is the personal contact by IPL field staff who live and work in the area. If a personal contact is not possible the information is left at the residence and followed up with a phone call.

The components of the 1998 bag are made up of a container that is designed in such a manner to encourage people to store this information, a thermos, which is the handout for this year's program, and finally, a letter from each regional manager introducing Keeping in Touch.

Kit Container

We utilized a professional photographer who travelled the line to capture photos of field staff and landowners along the system with the intent of delivering the message that we not only run through the various communities along our system but we are part of them.

Part of the kit also contains the NEB Pamphlet entitled Living and Working Near Pipelines - a Landowner Guide.

The heart of the package is the former IPL safety brochure which has been revitalized with current photos and text that is put together in a more user-friendly manner in terms of style, content and text.

Reply Card

Part of IPL's program includes assessing and modifying the Public Awareness program to ensure effectiveness. A component of that assessment is the reply cards that form part of the KIT. The cards are self-addressed with postage prepaid; the input we receive from the public will assist us in developing an effective program.

Binders

Here we see the packages provided to the emergency responders and excavators and utilities. The format is different in that the contents of the two packages. The binders are tabbed for easy reference and fit the needs of office based users.

The Emergency Responders Binder contains specifics with respect to products shipped and was achieved through the use of Material Safety Data Sheets - which groups like fire and police are more familiar with.

The Excavator and Utility binder obviously focuses on precautions required when working near pipelines. It includes system maps as well as the NEB booklet Excavation and Construction Near Pipelines.

This marks the first year of the KIT program and we will be anxious to hear back from our Target audiences.

"Hit or Miss" Video

It is a given that not all individuals are born to be public speakers but we still need to get a clear, consistent message to a large audience concerning the dangers of NOT calling before you dig. In field locations, our Pipeline Maintenance Personnel are given the task to deliver this message to the public.

Keeping in mind the prime responsibility of our Pipeline Maintenance Personnel is to maintain the pipeline system, sending this diverse group of "non public speakers" out to talk about the dangers of not calling before you dig could have varying results. So, by creating the Hit or Miss video - we have standardized the medium so that the message is not only consistent and concise, but is also portable for their use.

The video was created in 1993 through a partnership with IPL and Trans-Northern Pipelines Inc. We can't take all the credit for this production as we had assistance from other sources - the use of existing footage from the Edmonton Area Pipeline and Utility Operators' Committee's (EAPUOC) safety video, to the NEB's insight to Trans-Northern's needs to produce a similar production. I guess the cost of sharing $30 000 didn't hurt either. With additional industry support we came up with a product that is as relevant today as it was when it was first created.

One of the keys for us was to ensure it was a generic piece that anyone could use. In fact, in 1997, TransCanada approached us about adding their name to the credits - that is the only revision the video has seen in the last five years.

Together, we target this training video at excavation and utility companies as well as municipalities and engineering companies. To date - I would estimate there are as many as 1500 copies of this video in circulation.

This year, IPL is incorporating Hit or Miss with the KIT program. This means that 300 - 400 contractors, excavators and utility companies will get the video through IPL's annual Public Awareness Program.

IPL will continue to assess and change its program to ensure it meets our needs and the needs of our target audiences. We are confident that we have an excellent program, but are equally aware that there is always room to improve, and it is functions such as these that provide us with the opportunity to learn from others as we all strive to ensure that we are communicating important information in the best manner possible.

Q. What is the strategy when you get the reply cards back? What will you do with the information?

A. We will evaluate the information on those cards to determine what is possibly missing from our program.

Q. What are your strategies to actually getting the cards back?

A. IPL includes postage on our reply cards. It simply has to be dropped in the mail.

Q. What is the cost per unit of each Keeping in Touch kit?

A. The actual production, binders, etc. cost $8 per kit and IPL has produced 8,000 kits.

Q. How did you get the backing to spend so much money on an awareness program?

A. We didn't have many problems getting the funding for such a program. Furthermore, the cost of one break caused by a third party would be much higher than the cost of the entire 1998 Public Awareness Program.

**Effective October 13, 1998, Interprovincial Pipe Line Inc. became Enbridge Pipelines Inc.*

BC One Call

Scott Henley

Scott Henley, Manager of BC One Call, presented their new video on the One Call System. Discussion following the video focused mainly on the development of One Call organizations.

With respect to the issue of legislation, which would require companies with buried utilities to belong to one call organizations, Scott stated that in the U.S. there is legislation and that all but two states have it however, it didn't happen over night. In Canada, legislation has not been realized and there are pros and cons to doing so. In most cases, companies with buried utilities see the immediate advantage to belonging to a one call system, however, there are some companies which have yet to do so. Essentially, One Call in Canada is run with a voluntary membership.

The question was raised about the make-up of One Call organizations in Canada. Scott stated that all four one-calls in Canada (Québec, Ontario, Alberta and B.C.) have board members and are run in a not-for-profit format.

Bob Chisholm, Manager of Alberta One Call took an opportunity to raise an important view that when pipeline companies talk to landowners and contractors it is to essentially deliver the same message that One Call is sending. Therefore, Bob stated that there is great benefit for all to work together to realize the common goal of public safety.

Edmonton Emergency Response Department

Tim Vandenbrink - Effective Awareness Programs

Tim Vandenbrink, Captain of the Edmonton Emergency Response Department, provided attendees with a talk on Effective Awareness Programs. Tim has provided public education and fire safety presentations to people of all ages for many years and in that time, he has continually re-assessed his department's program.

Tim has found that as people get older, they tend to be less receptive to information and training designed to protect them and that this is one of the reasons to continually re-assess and enhance existing programs.

While Tim provided a humorous view to his public safety and education presentations, the message he clearly drove home was that safety is not proprietary and, in order to effectively educate the public, we must not only "talk the talk" but also "walk the walk".

A Risk Communication to Pipeline Neighbours

Joan Hess - Trans Mountain Pipe Line Company Ltd.

Trans Mountain's pipeline which runs from Edmonton to Burnaby supplies 90% of the petroleum products used in the Lower Mainland - products like gasoline, diesel fuel and crude oil. The pipeline was built 45 years ago and today, many more people live close to the pipeline and terminals than when they were first built.

In 1996, Trans Mountain began work on an extensive project to create and coordinate a Company safety and awareness information package for distribution to over 200 000 neighbors who live within approximately one kilometre of their pipeline or facilities.

The risk communication to pipeline neighbours was entitled "Trans Mountain's Pipeline in your Neighbourhood and Living Safely With it." The mailing was intended to inform neighbors how to identify a leak and to know the important "do's" and "don'ts" for their safety.

While the information contained within the brochure was important, the coordination of such a vast mailing, which included an introductory letter, the brochure and neighbourhood-specific maps, was equally important. The package was distributed by Canada Post through information provided by them, and Trans Mountain prepared neighbourhood maps of their pipeline by postal code. Each neighbour received a map showing the location of their pipeline and facilities in the immediate area.

For those interested in receiving additional information or had questions about Trans Mountain's facilities or operations, the Company included a postage-paid reply card.

Trans Mountain received and followed up on approximately 300 reply cards. The comments provided in their responses will assist the Company in preparing future community communications.

The majority of responses received were positive, the concerns focused on health, safety and environment. Many comments were received congratulating the company on their communications efforts.

Trans Mountain intends to continue a similar communication program on a bi-annual basis in the future, ensuring that the neighbors remain aware of their facilities and operations.

Safety Starts With a Call - 1998 Safety Breakfasts

Bev Graham - Petroleum Transmission Company Ltd.

Over the past few years, Bev Graham and Petroleum Transmission Company have been leading the Saskatchewan pipeline industry in the organization of the annual Saskatchewan Contractor Safety Breakfasts.

These breakfasts begin in early Spring and are held along the corridor of urban and rural municipalities for approximately three weeks delivering the message to the Saskatchewan digging community that "Safety Starts with a Call".

The result of this joint-awareness initiative is the delivery of their universal message to a captured audience. Although the program sounds simple and the message universal, undertaking a joint campaign where nine different companies are involved is a difficult task. Determining success in any awareness campaign is also difficult, however, over the last three years, there has been a steady decline in unauthorized activity reported near pipelines under Board jurisdiction in Saskatchewan.

Public Awareness and the Role of the Board

Mike Sullivan - National Energy Board

"A mari usque ad mare"- from sea to sea

Pipeline company Public Awareness representatives are in attendance today from the maritimes to B.C. You are the frontline professionals who blanket the Canadian public with brochures, maps, novelties, calendars, open houses, educational material and maintain memberships in damage prevention committees in the name of public and pipeline safety.

Just by being here, you have shown your willingness and your company's willingness to share best practices, learn new techniques and expand your programs.

Overview

By way of the introduction, here are the topics that I hope to briefly cover today . . .

- *The Pipeline Crossing Regulations*
- *Public Awareness Today - tailoring big and small programs to meet the needs of a particular audience*
- *What a Program should achieve*
- *What we - National Energy Board Inspection Officers - are looking for in a PA Program*
- *How Inspectors assess programs*
- *The Future of Public Awareness*

The National Energy Board Pipeline Crossing Regulations

The Pipeline Crossing Regulations require all Pipeline companies to establish and maintain "ongoing" Public Awareness programs. Prior to the issue of the Regulations in 1988, some companies were already conducting awareness programs. However, the Regulations did provide a starting point for many.

Programs must:

1.) Inform the public of the presence of the line,

2.) Inform the public of its responsibility when constructing a facility or excavating near a pipeline, and;

3.) Be assessed on a regular basis to determine program effectiveness.

The Board, as a Regulator, is responsible for ensuring that its regulations are complied with and that these Regulations continue to be relevant and effective. By providing forums like the "Awareness Workshops", we feel that we are helping to provide the framework for better programs.

Public Awareness Today

Awareness Programs come in many shapes and sizes - each designed to best serve the public along their respective rights-of-way.

Some pipeline facilities cover vast distances through a variety of urban settings and require a small army of people to ensure operational safety.

Other pipeline facilities may not cover the same distances and the neighbourhoods through which they traverse may not be as diverse in terms of population density or industry. However, each program requires planning, coordination and organization. In each case, there is a need to tailor the public awareness program to effectively address potential issues and respective audiences.

Companies operating a short pipeline may find a public awareness program difficult to justify. However, the Regulations don't discriminate. The safety of the public who live alongside a pipeline of several km's is just as important as the safety of those who live alongside a right-of-way that extends across the country. The very nature of the NEB's Regulations, allow a pipeline company to determine what works best for them and, to tailor their program to meet the needs of their audience or their stakeholders.

Dedication to training staff responsible for delivering a quality program and the Company's corporate philosophy are key factors in the effectiveness of a program. Big budgets, that may reflect the scope of a Company's program, do not necessarily mean an effective program.

What Should a Public Awareness Program Achieve?

A Public Awareness Program should create an "informed public" that knows how to prevent incidents - mainly third party damage - and, knows how to respond to pipeline incidents.

To achieve this, a Public Awareness Program must be flexible. As the public's demand for information changes so must the program.

We all need to be more efficient in providing the information the public demands.

Inspections, Audits and Monitoring of Public Awareness Programs

We come to Audit, Inspect and Monitor to ensure that industry is meeting the legislated requirements of the NEB.

In this role, the reception we receive is sometimes mixed. We try to avoid dwelling on the negatives and rather enhance steps to improve performance. The point is that if we all work together, we will be much more effective.

The Role of the Board

The National Energy Board sits at the centre of the regulatory "web" of pipeline companies - one of the "common threads" that links industry together. Perhaps another is that we are working toward providing the Canadian Public with safety and increasing their confidence that pipeline systems are safe.

Safety, however, is not proprietary. By sharing information, accomplishments and best practices, the assurance of public safety is more likely.

Beyond the requirements of the Regulations, however, the undefined role of the Board, with respect to public awareness is to:

- Encourage continual improvement of public awareness programs; and
- Facilitate the exchange of information, names, trends and share proven methods whenever and wherever the need arises - over the phone, during an audit or a meeting.

With our link to industry experts in the field of public awareness, we can take a wide view on the public awareness initiative.

The bottom line is - not only does the audit and review process ensure compliance, it also enables us to gain and share knowledge in the realm of public awareness and, allows us to gather information on trends beyond the proven methods of providing public information.

Field of Vision

For example, some of what we're looking for when we review a PA Program are:

Corporate Philosophy

Is there a trend associated with the Company's corporate philosophy and providing awareness? Information on program delivery and guidance that trickles down to company staff may not be as effective as information acquired through training.

Leadership

Within the pipeline industry, there is a leadership that exists in terms of initiative, philosophy, recognizing trends and innovation. Other times, it is individuals within a company that drive the program. These companies and individuals become good reference people and mentors.

Current Trends

Changing techniques in excavation and facility construction may impose new risks to pipelines. Examples: directional drilling, ground "ripping" for fibre-optic cables. Is the Company targeting these "technique" specific excavation companies?

Is the Company using current technology to assist in providing awareness of pipelines - e.g. interactive web pages.

New Issues

Other new methods or reasons for excavation may also increase the risk to pipelines - in Saskatchewan, duck hunters were augering deep, wide holes near pipeline rights-of-way for cover while hunting and, during the ice storm in Quebec and Ontario, the speed at which utility companies had to operate to restore electricity presented a greater risk to pipelines than would normal operating procedure.

Innovation

Pipeline safety Place Mats, survey response mechanisms and the joint cooperation that goes into planning and organizing events like the contractor breakfasts - are all innovative ideas that can be shared with other companies. Innovation points to a program that is "alive" and ongoing.

Vulnerability

Is there an aspect of the program that is not effective and could perhaps be changed? Often, it is not the design or specific contents of a program that increase vulnerability. Rather, it is the lack of commitment that the company or its representatives place on the existence of the program.

Assessing a Public Awareness Program

The National Energy Board does not conduct an "audit" of a Company's program but rather reviews the company's assessment of their program's effectiveness.

Some questions that a Board inspector keeps in mind to determine the effectiveness of an assessment are:

1. *"Has the Company assessed its program?"*

Y If so, the Company has shown they want their program to grow and continually improve.

N Perhaps the program is "collecting dust" and stagnating - which may point to bigger problems - corporate philosophy; perhaps the company feels the program is effective so why assess? By letter of the regulations, there needs to be documentation of assessment

2. *"Has the Company identified goals?"*

Y The Company has demonstrated that the program has been assessed and has determined areas that are in need of improvement. Setting goals ensures that a program is vibrant and "ongoing".

N Perhaps, the Company didn't see the need to identify any goals at this particular time. This is acceptable but at some point, predictability sets in and the program should be altered to ensure that their audience is being served with information that is up-to-date.

3. *"Has the Company achieved its goals?"*

Y The Company focused on attainable goals and realized them.

N There could be many reasons why goals were not achieved but the main point is that a company did set them. Through assessment, the company will determine why it didn't realize those goals and will re-evaluate to do so.

And of course, "Can we Help?" - is there anything the NEB can do to assist the "evolution" of your company's program?

A Work in Progress

Providing Awareness to the public is a "Work in Progress". The pieces of the puzzle seem to connect, but the overall picture never complete. As public demand changes or, the fashion in which we receive and transmit information changes, so must the programs that deliver the message.

If information continues to be delivered in the same fashion it was a ten or twenty years ago, it eventually becomes a nuisance and consumes our time. Programs should be current in content as well as delivery.

Completing the Puzzle

We are all working on our piece of the puzzle.

Ten or fifteen years ago, the pieces were more scattered yet slowly, over the years, leaders and innovators within industry have successfully completed some of the picture.

Corporate philosophy drives innovation, creates leaders, alerts us to changes in current trends and is essential to establishing and realizing goals. These pieces of the puzzle are coming together. However, completing the puzzle may, at times, seem like taking two steps forward and one step back - because, what we think is safe today, may not be safe tomorrow.

The public who live along the line are our neighbours, family and friends and it is important that they feel comfortable living and working near these facilities.

Conclusion

Over the last couple of years, pipelines have been in the news and making headlines. Unfortunately, the media does a good job of reporting disasters. However, very little - if anything - is ever reported in the same fashion of initiatives that exist within the pipeline industry of programs like these. Programs that provide public safety.

Providing accurate, timely and effective information to ensure public safety is a tall order. However, if we look back at the presentations that were delivered today, a great deal is being done to ensure public safety.

Yet, the Public Awareness initiative is only as strong as its weakest link. The general public doesn't discriminate between company "X" or company "Y", federal or provincial jurisdiction - if there is an incident, industry in general and the Regulator will be painted with the same brush.

Collectively, a great deal can be achieved through enhanced cooperation, communication, joint participation and evaluation of public awareness programs. As long as we continue to share information, best practices and the goal of providing public safety on every right-of-way, I believe the goal of achieving public safety will be reached.

Questions and Answers:

Comment from Larry Champ, Shell U.S. and One-Call, Executive Member

"We are facing the same problems in the United States. You have tremendous ideas, and we should get together and share information and share ideas about public safety, and talk about what the pipeline companies are doing. We could put these ideas together on each side of the border, share them, and go back and forth. We could and should do the same with One-Call systems. We should commit to sharing information on that as well."

Closing Comments

As pipelines that once lay well beyond city limits continue to be encroached by urban development, the risk of third party damage increases each day making it essential for the public to know how to prevent and respond to incidents.

Industry is competing with one another on various issues but on the issue of public safety, the playing field is level. Safety is everybody's business - not owned by an individual company, committee or party.

At the Awareness '98 workshop in Vancouver, the commitment to share best practices was evident by presenting and attending companies alike. Through the continued and growing cooperative movement by all companies to provide effective public information, it is likely that improved public safety to those who live and work near pipelines will be realized.

Thank you for attending and participating in the Awareness '98 workshop and a very special thank-you to Scott Henley of BC One Call for his assistance in helping us realize this event.

Sincerely,

Mike Sullivan
Project Leader, Awareness '98 Workshop

The 1998 Public Awareness Workshop Team:

Stella Hiebert - *Internal Planning*

Karen Befus - *External Planning*

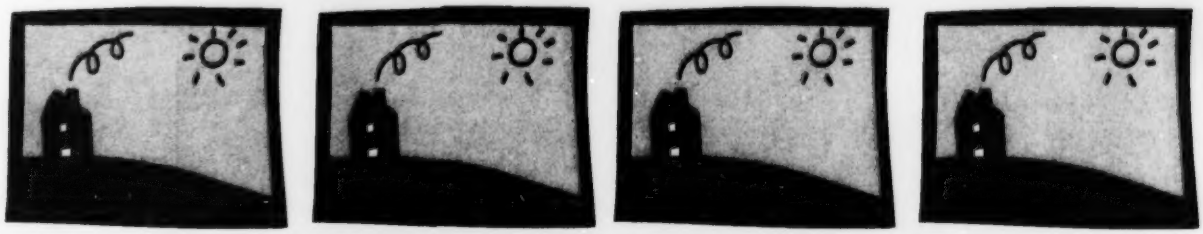
Franco Valle - *Project Advisor*

Mike Sullivan - *Project Leader and Facilitator*

SENSIBILISATION '98

Vancouver, Colombie Britannique

Mars 1998



Atelier de sensibilisation

OFFICE NATIONAL DE L'ÉNERGIE

Canada

Atelier de sensibilisation 1998

S'il vous incombe de créer, de mettre en oeuvre ou d'exécuter un programme de sensibilisation du public à l'égard des installations enfouies, vous auriez dû vous rendre au Centre Robson de Vancouver le 27 mars 1998. Sensibilisation 98, le deuxième atelier de sensibilisation du public animé et organisé par l'Office national de l'énergie, a commencé tôt car les premiers participants sont arrivés à 7 h 30.

Dès le début du processus de planification, nous nous sommes fixés deux objectifs : offrir un atelier de haute qualité et répondre aux attentes formulées dans les commentaires reçus suite à l'atelier de 1997. Pour atteindre ces buts, il nous fallait absolument une équipe dévouée, qu'il nous a été facile de constituer. En effet, Stella Hiebert, Karen Befus et Franco Valle se sont portés volontaires et ont offert leur dynamisme, leur savoir-faire et leur dévouement.

Des spécialistes de la sensibilisation du public de l'industrie ont présenté sept exposés qui ont préparé le terrain pour le partage des idées et l'échange des pratiques exemplaires, et créé un climat propice à l'unification des efforts visant à améliorer les programmes de sensibilisation du public, à accroître la sécurité publique et à rehausser la confiance de la population à l'égard des pipelines. À nombre de reprises tout au long de la journée, nous avons entendu dire que la sécurité était l'affaire de tous et à ces déclarations ont fait écho la volonté des compagnies de partager leurs réalisations ainsi que leur encouragement à «voler» les idées transmises.

L'Office est intervenu également. La présentation intitulée «La sensibilisation du public et le rôle de l'Office» a été conçue pour informer les représentants des compagnies de ce que le personnel de l'Office recherche quand il examine un programme. Nous espérons que cet exposé a clarifié le rôle de l'Office dans le cadre de l'initiative générale de sensibilisation du public et que les compagnies continueront de collaborer avec les inspecteurs de l'Office à la réalisation de notre objectif collectif, la sécurité du public.

Une copie de chaque exposé est fournie ci-après, et nous nous sommes efforcés de saisir l'essentiel des questions et du dialogue qui ont suivi certaines des présentations. Avant de publier ce document, par souci d'exactitude, nous avons remis chaque texte à son auteur pour qu'il en approuve le contenu.

Pour ceux et celles qui créent, mettent en oeuvre et évaluent des programmes de sensibilisation, le dévouement est un trait de caractère esssentiel. Le public visé change constamment et, par conséquent, la tâche n'est jamais achevée. Nous espérons que l'atelier Sensibilisation 98 a reflété ce dévouement.

Mike Sullivan
Directeur de projet, Sensibilisation 98

© Sa Majesté la Reine du Chef du Canada 1998 representé
par l'Office national de l'énergie

No. de cat. NE23-73/1998
ISBN 0-662-63999-5

Exemplaires disponibles sur demande auprès du :
Bureau des publications
Office national de l'énergie
444, Septième Avenue, S.-O.
Calgary (Alberta) T2P 0X8
Téléphone : (403) 292-3562
Télécopieur : (403) 292-5503
C.é. : orders@neb.gc.ca

En personne, au bureau de l'Office
Bibliothèque
Rez-de-chaussée

Imprimé au Canada

Table des matières

Evolution d'un programme de sensibilisation du public 1

Gary Davis

TransCanada Pipelines Limited

Comité des exploitants de pipelines et de services publics de la région d'Edmonton - Un modèle pour votre collectivité 5

Bruce Wilson

Un lien à entretenir 7

Kevin Underhill et Warren Loper

Pipeline Interprovincial Inc.

BC One Call 9

Scott Henley

Service d'intervention d'urgence d'Edmonton 9

Tim Vandenbrink

Programmes efficaces de sensibilisation

Communication des risques aux voisins du pipeline 10

Joan Hess

Trans Mountain Pipe Line Company Ltd.

La sécurité commence par un appel - Petits déjeuners sur la sécurité de 1998 10

Bev Graham

Petroleum Transmission Company Ltd.

La sensibilisation du public et le rôle de l'Office 11

Mike Sullivan

Office national de l'énergie

Conclusion 15

Mot de la fin 16

Évolution d'un programme de sensibilisation du public

TransCanada PipeLines Limited - Gary Davis

Quand Mike Sullivan m'a demandé de faire cette présentation, le titre de mon brouillon était «Exécution d'un programme de sensibilisation du public». Cependant, en préparant le présent exposé, j'ai constaté que ce dont je voulais vraiment parler, c'était la façon dont le programme de sensibilisation du public de TransCanada PipeLines évolue pour devenir une démarche beaucoup plus proactive et globale que toutes les initiatives menées à ce jour par la compagnie.

Aussi, je ne suis pas certain aujourd'hui que je vous fournirai de nombreuses réponses. J'espère toutefois que je vous donnerai certaines indications sur l'orientation que TransCanada donne à son programme de sensibilisation du public. Et chose certaine, mon intention, et celle des autres représentants de TransCanada ici aujourd'hui, est de vous informer sur la façon dont nous pouvons le mieux atteindre certains de nos objectifs à mesure que notre programme évolue.

Comme notre industrie est «divisée» par les tensions associées à un marché déréglementé, notre préoccupation à l'égard de la sécurité publique est le lien qui nous unit. C'est la tribune où aucune idée exprimée n'est de propriété exclusive. Par conséquent, n'hésitez pas à emprunter les idées que nous vous présenterons ce matin, et soyez assurés que nous ferons de même avec vos programmes.

Le réseau pipelinier de TransCanada pose un défi de taille pour notre effort de sensibilisation du public. Nous avons 14 492 kilomètres de canalisation sur une emprise de 4 422 kilomètres de longueur, s'étendant de Burstall, en Saskatchewan, à Phillipsburg, au Québec.

Nous avons maintenant plus de 7 400 propriétaire fonciers, dont bon nombre possèdent deux ou plusieurs terrains traversés par notre pipeline. En raison de son emplacement, notre pipeline est susceptible de toucher 387 collectivités, représentées par 479 organismes de première intervention, y compris les services d'incendie et de police et les services médicaux d'urgence. C'est beaucoup de terrain à couvrir.

D'abord, permettez-moi de vous donner un aperçu de notre programmme actuel de sensibilisation du public, qui est axé sur trois publics externes :

- Personnes et entreprises qui font des travaux d'excavation, et conducteurs de machinerie lourde
- Personnel de première intervention
- Représentants municipaux

Les personnes et les entreprises qui font des travaux d'excavation sont susceptibles d'endommager notre pipeline. Elles comprennent les propriétaires fonciers, les entrepreneurs, les équipes sismiques et les autres services publics, pour n'en nommer que quelques-uns. Notre message à leur intention est simple et universel : appelez avant de creuser!

Nous diffusons ce message de plusieurs façons :

- Envois postaux annuels aux propriétaires, y compris un calendrier
- Visites personnelles aux propriétaires
- Distribution aux propriétaires et aux entrepreneurs de renseignements les invitant à appeler avant de creuser
- Petits déjeuners pour les entrepreneurs afin de lancer le message; ils sont organisés par TCPL ou en collaboration avec d'autres membres de l'industrie
- Parrainage d'expositions commerciales des associations ou de l'industrie, et participation à ces foires pour répandre le message
- Signalisation indiquant la présence du pipeline dans la collectivité
- Numéro 1-800 pour faciliter les communications
- Repérages gratuits
- Aide relative aux demandes visant les croisements
- Homologation des systèmes à numéro d'appel unique et adhésion à ceux-ci
- Documentation et menus objets rappelant aux gens d'appeler avant de creuser, comme des aimants pour les réfrigérateurs et les pare-brise, des chapeaux, des porte-crayons et autres
- Publicité directe.

Dans le cas du personnel de première intervention, notre objectif est de le préparer à intervenir en situation d'urgence d'une manière coordonnée et coopérative. À cette fin, nous avons répertorié tous les organismes susceptibles d'intervenir en cas d'urgence pipelinière et nous avons communiqué avec eux pour amorcer le dialogue et un processus de

planification et de coordination. Voici quelques activités menées dans ce domaine :

- Contact annuel avec chaque organisme
- Production et distribution d'un vidéo éducatif et d'un guide du chef sur les mesures à prendre en cas d'urgence pipelinière, dont les services d'intervention d'urgence se servent pour la formation de leurs membres
- Production d'un manuel de planification des mesures d'urgence servant de cadre pour l'élaboration des plans locaux d'intervention d'urgence
- Visites des installations

Dans le cas des représentants municipaux, notre objectif est de les éduquer pour qu'ils deviennent nos ambassadeurs. Nous voulons qu'ils aient confiance dans la compagnie et dans son engagement à l'égard de la sécurité du public.

À cet égard, nous avons pris les mesures suivantes :

- Mise à jour constante de notre liste des dirigeants communautaires
- Établissement de contacts personnels avec les politiciens et les fonctionnaires provinciaux et locaux
- Rencontre avec les conseils
- Maintien d'un dialogue permanent avec les leaders d'opinion des collectivités au moyen de contacts personnels assurés par le personnel de haut niveau sur le terrain
- Parrainage de programmes locaux, comme les programmes d'identification des enfants, de sécurité des enfants et de sécurité en autoneige.

Le programme a donné de bons résultats. Nous avons réussi à atteindre nos objectifs en sensibilisant davantage ces intervenants clés aux questions touchant la sécurité.

Cependant, nous avons conclu que cela ne suffisait pas. Notre programme est un programme simple axé sur des rencontres avec des personnes qui, pour la plupart, savent qui nous sommes, possèdent certaines connaissances sur notre pipeline (ou ont l'impression d'en avoir) et sont ouvertes à notre message. Selon l'expression de l'un de nos membres : «Notre programme tient pour acquis que le public est un géant qui dort et que nous ne voulons pas réveiller».

Eh bien, nous croyons que le géant est réveillé. Quand une rupture de canalisation se produit, ce n'est pas un événement local. Comme les ruptures se produisent rarement et permettent de faire de bons vidéos, elles font toujours la manchette. Le public sait que ces accidents pipeliniers arrivent, et il s'en préoccupe de plus en plus. Il nous incombe de veiller à ce que le public soit bien informé au sujet des efforts considérables que notre industrie déploie dans l'intérêt de la sécurité publique.

Selon nous, il faut viser d'autres publics et étendre nos efforts aux personnes sur lesquelles nos activités ou les urgences pipelinières peuvent avoir des incidences.

Cela signifie diffuser notre message aux propriétaires voisins, au public, aux organismes de réglementation, aux fonctionnaires provinciaux et fédéraux, aux médias, aux membres de notre industrie (au moyen de tribunes comme celle-ci) et à nos employés, et pas uniquement à ceux qui sont chargés de la sensibilisation du public. Tout employé ayant des contacts avec le public devrait être un ambassadeur de la sécurité, pour la compagnie et l'industrie.

Comment allons-nous procéder? Comment élargir la portée de notre message d'une manière fructueuse, efficace et rentable?

Nous ne pouvons plus considérer la sensibilisation du public comme étant un ensemble distinct d'activités.

Nous voulons intégrer notre programme de sensibilisation à nos efforts dans le domaine des relations communautaires. Où que nous allions, quoi que nous fassions, il faut que notre personnel soit préparé à parler de nos activités en matière de sécurité publique, à en faire la promotion et à les rappeler aux gens. Et le message transmis doit être uniforme, même si le mode de diffusion est conçu pour mieux rejoindre des intervenants particuliers dans nos régions urbaines et rurales.

Nous avons mis sur pied un nouveau service des relations externes dont l'objet principal est de communiquer nos messages clés aux intervenants. Ce service contribue à l'évolution de nos initiatives en matière de sensibilisation du public et de relations avec les collectivités, en épaulant les personnes qui s'occupent de l'état de préparation d'urgence et de la sensibilisation du public pour TransCanada, comme Fred Evoy, Roel Lancée, Rob Shepanik et Monica Brinck.

Le service des relations externes a également tissé des liens avec les représentants des services de sécurité dans nos cinq bureaux régionaux. Ces gens ont fait de notre programme de sensibilisation du public la réussite qu'il a été jusqu'à présent. Et le soutien et l'enthousiasme de ces personnes --

Doug Yates, Jim Shaw, Kim McCaig, Peter Vastenhout et Bryce Simes -- garantiront le succès de cette nouvelle initiative.

Nous avons l'intention de détacher sur le terrain des coordonnateurs des relations communautaires qui se consacreront exclusivement aux initiatives en matière de relations communautaires et de sensibilisation du public.

Nous disposerons alors des ressources supplémentaires nécessaires pour garder cet effort à l'avant-scène de nos organisations régionales.

Nous avons modernisé notre principale documentation de sensibilisation du public pour la rendre plus concise et compréhensible.

Nous avons ajouté un dépliant sur la sécurité personnelle; il porte sur les mesures que le public peut prendre face à une urgence pipelinière.

Nous devons prendre d'autres mesures avant de pouvoir considérer que l'évolution de notre programme est achevée. Ces mesures sont décrites ci-après.

- Élargir nos efforts de manière à ce que la formation que nous offrons au personnel de première intervention ne se limite pas à la fourniture d'un vidéo sur les mesures d'urgence. Nous serons proactifs en assistant aux congrès des chefs de services d'incendie provinciaux, en organisant des réunions des chefs de services de police et d'incendie régionaux ainsi que des exercices de simulation en salle de conférences, et en fournissant des conférenciers pour les services d'incendie locaux.
- Élaborer des exposés sur la sécurité à l'intention des organisations communautaires locales, comme le club Rotary et le club des Lions, afin de joindre les principaux chefs d'entreprise et leaders d'opinion.
- Multiplier nos communications avec les médias locaux sur les questions liées à la sécurité publique de manière que les collectivités lisent plus souvent au sujet des travaux d'entretien effectués pour que le pipeline traversant leur territoire soit toujours exploité en toute sécurité.
- Étendre nos efforts de sensibilisation aux écoles locales. Récemment, nous avons préparé un livre d'activités à l'intention des enseignants et des élèves de la deuxième à la quatrième année, et nous élaborons actuellement un programme d'appoint pour que ces enseignants trouvent des façons d'utiliser ce matériel dans leurs classes. Si les enfants n'ont pas d'inquiétudes concernant le gaz naturel, il devrait en être de même de leurs parents.
- Le mois prochain, nous distribuerons notre nouveau bulletin à l'intention des propriétaires fonciers et de leurs représentants élus. L'information sur la sécurité constitue un volet important de cette publication.
- Nous ferons la promotion de cette initiative sur Internet et nous espérons avoir un site pour les relations communautaires sur le site Web de TransCanada dans un avenir rapproché. Une partie importante de ce site sera consacrée à l'information visant à sensibiliser le public.
- Nous allons également trouver des façons de mieux intégrer nos messages de sensibilisation du public aux tâches quotidiennes de tous nos employés.

Les messages transmis dans le cadre du programme doivent être uniformes tout en tenant compte des besoins particuliers des différents intervenants, et ils doivent être communiqués fréquemment.

Pour la réussite de cette initiative, il est tout aussi indispensable d'avoir un mécanisme approprié de rétroaction et d'évaluation. Nous en avons besoin pour mesurer l'efficacité de nos programmes, mais également pour prouver à nos intervenants que nous tenons compte de leurs opinions au sujet de la sécurité publique. Et nous devons trouver des moyens d'assurer le suivi de cette information. Cela constituera un objectif crucial au cours des mois à venir.

Même si nous n'avons pas toutes les réponses, nous savons que cette démarche axée sur les relations avec les collectivités pour la sensibilisation du public peut fonctionner. Notre expérience récente avec la collectivité de Cabri, en Saskatchewan, en fait foi.

En décembre, une rupture de canalisation s'est produite près de Cabri. Il n'y a pas eu de blessures ni de dommages matériels graves. L'opération visant à contenir la rupture et à réparer la canalisation s'est parfaitement bien déroulée. Nos employés sur le terrain ont fait un travail magnifique en gardant le contact avec les propriétaires se trouvant le plus près du point de rupture et avec leurs représentants municipaux.

Nous estimions que nous serions appelés à nous asseoir avec les résidents pour leur expliquer ce qui s'était passé. Cependant, les dirigeants locaux n'étaient pas nécessairement d'accord avec la tenue d'une réunion. Mais nous savions que nous devions intervenir et nous voulions adopter une démarche qui irait au-delà d'une simple séance

d'information présentée par les représentants de la compagnie. Nous voulions éviter le climat d'affrontement qui caractérise habituellement ce genre de rencontre, avoir un contact plus direct avec les gens et faire en sorte qu'un très grand nombre de membres de la collectivité participent.

Les gens sur le terrain savent toujours le mieux comment composer avec ces situations et, bien sûr, l'un de nos agents affectés à l'emprise a recommandé l'organisation d'une soirée communautaire. Une idée brillante et un bon test pour notre nouvelle vision en matière de sensibilisation du public.

Nous avions pour objectif de veiller à ce que tous les résidents de Cabri saisissent bien ce que nous faisons pour que notre pipeline fonctionne en toute sécurité. Nous avons donc envoyé des invitations à nos propriétaires et aux représentants municipaux. Nous avons placardé des affiches dans la ville de manière que la collectivité sache qu'elle était invitée. Nous avons embauché l'équipe de hockey locale pour cuisiner des hambourgeois.

Nous avons amené une douzaine de spécialistes de Calgary qui se sont joints à une autre douzaine d'employés sur le terrain pour accueillir les gens et animer les kiosques d'information au sujet de la rupture de la canalisation, de notre programme d'entretien et des plans de construction pour la région.

Nous avons reçu plus de 300 personnes. La plupart d'entre elles sont venues pour le repas gratuit, mais à en juger par les résultats des entrevues officieuses menées à la sortie, elles sont reparties avec beaucoup plus que cela.

Elles ont apprécié le fait d'être informées au sujet de notre pipeline, ce à quoi elles ne s'attendaient pas. L'approche directe a été profitable à cet égard.

Cette soirée a également renforcé les attitudes positives des gens à l'égard de la compagnie.

Et plusieurs résidents ont été soulagés d'apprendre que le repas gratuit n'était pas accompagné d'un discours.

Notre expérience à Cabri démontre qu'une approche proactive avec le public procure des avantages, même dans ce qui semblerait être les pires circonstances.

En résumé, nous avons constaté que le public et les représentants élus ont des attentes nouvelles et plus grandes en matière d'information sur la sécurité. Plus que jamais, ils s'attendent à ce que nous jouions le rôle de gardiens de la sécurité publique, et nous devons absolument livrer la marchandise. Par conséquent, nous devons, dans notre meilleur intérêt, nous assurer que nos intervenants comprennent ce que nous faisons pour assurer la protection du public.

Nous avons d'excellents programmes. Nous devons en parler.

Si nous parvenons à communiquer à plus de gens, et plus souvent, un message cohérent au sujet de notre programme de sécurité pipelinière, nous ne pourrons faire autrement que de :

- Garantir une meilleure coordination et une meilleure compréhension du public pendant les situations d'urgence;
- Renforcer les attitudes positives à l'égard des compagnies individuelles et de l'industrie dans son ensemble;
- Maintenir les relations positives que nous nous sommes efforcés d'établir avec nos collectivités et les organismes de réglementation.

Nous considérons l'évolution de notre effort de sensibilisation du public comme étant un investissement dans notre avenir et l'avenir des collectivités.

C'est ce qu'une compagnie sérieuse doit faire.

Et ces mesures devraient démontrer au public, aux représentants élus et à nos organismes de réglementation que nous pouvons fournir de l'information sur la sécurité publique à une clientèle plus vaste parce que nous voulons travailler en partenariat avec eux, non pas parce qu'ils nous l'imposent.

Questions et réponses

Q. En ce qui a trait à l'expérience de Cabri, quel a été le délai entre la rupture de la canalisation et la soirée communautaire?

A. Environ un mois.

Q. Que s'est-il passé entre le moment de la rupture de la canalisation et la soirée communautaire? Quel genre de communications y a-t-il eu entre TransCanada et la collectivité?

A. Le premier jour, les représentants de la compagnie étaient sur place. Il y a eu beaucoup de contacts personnels qui ont contribué à faire taire les rumeurs et ont offert l'occasion de «marquer des points» auprès de la collectivité. Notre démarche a été axée principalement sur les entretiens personnels visant à dissiper les inquiétudes des résidents.

Q. Comment la soirée communautaire s'est-elle déroulée? Était-ce une rencontre formelle?

A. Non, la rencontre n'avait rien d'officiel; l'équipe de hockey locale est venue servir des hambourgeois. La salle était divisée en différents secteurs (ex. secteur de la construction) et nous avions un représentant à chaque kiosque. Des employés de la compagnie ont accueilli les gens et leur ont demandé la raison de leur présence. Nous avons constaté que certaines personnes étaient inquiètes tandis que d'autres voulaient seulement un repas gratuit. Nous les avons accueillies et elles ont pris un bon repas -- l'un des participants était très heureux d'avoir un repas sans discours!

Q. Avez-vous une approche structurée pour ces rencontres communautaires?

A. Pas vraiment. S'il y a une collectivité vivant près de notre pipeline, nous parlerons aux résidents. Il n'y a pas de formule. Nous nous adressons à toutes les personnes préoccupées par la sécurité pipelinière.

Q. De quelle manière voulez-vous élargir votre accessibilité pour le public, à présent?

A. Internet. Nous voulons améliorer l'accès par Internet. Je suis intéressé à établir des liens avec d'autres sites Web, avec les associations communautaires, et l'ONÉ. TransCanada veut que son site Web soit plus facile d'utilisation et plus interactif.

Q. La soirée communautaire à Cabri a été postérieure à l'événement. Prévoyez-vous en organiser avant que des événements se produisent?

A. Nous recherchons les occasions de nous adresser aux collectivités avant que les problèmes surgissent. À Cabri, nous avons fait en sorte que la collectivité sache que nous étions là et que nous étions concernés.

Comité des exploitants de pipelines et de services publics de la région d'Edmonton - Un modèle pour votre collectivité

Bruce Wilson

La rupture de la canalisation Millwoods en 1979 que je vous ai décrite, et la mêlée qui s'ensuivit pour obtenir l'information vitale, nous a enseigné combien il est essentiel de connaître ses voisins et les personnes avec lesquelles on est susceptible de travailler dans une situation d'urgence. Quelles mesures avons-nous prises? D'abord, nous avons formé le Comité des exploitants de pipelines et de services publics de la région d'Edmonton (CEPSPRE). Nous nous sommes réunis, et nous continuons de nous réunir tous les mois, et la haute direction de chacun des membres participe à au moins deux des réunions chaque année. Tous les ans depuis 1980, nous organisons, au printemps, un séminaire sur la sécurité qui attire plus de 500 participants du secteur pipelinier, des services publics, des entreprises d'excavation et des autres métiers et professions de la construction et de l'ingénierie.

Le CEPSPRE met ses plans d'intervention à l'essai et organise des exercices, mais quand une urgence réelle se produit, il faut rassembler toutes ces personnes - les bonnes personnes - rapidement. C'est le but que nous visions en élaborant notre système d'appel d'urgence. Notre objectif est d'avertir rapidement tous les membres-exploitants du CEPSPRE, de les informer d'une urgence pipelinière réelle ou éventuelle, de solliciter la participation de nos membres ou de communiquer avec eux en réponse à un problème perçu (par exemple une odeur d'hydrocarbures non identifiée et répandue), de signaler une menace potentielle pour les installations ou d'accroître la sensibilisation à une situation ou à une menace qui prend de l'ampleur, comme une nappe d'hydrocarbures ou un film à la surface d'un cours d'eau.

Edmonton a inauguré son service d'urgence 911 il y a longtemps, soit en mars 1969. Elle a été la première ville canadienne à offrir cet accès rapide, à l'aide d'un numéro unique, aux services d'ambulance, d'incendie et de police. Comme le réseau téléphonique d'Edmonton appartenait à la ville et était exploité par celle-ci, et qu'il faisait partie du CEPSPRE, il a été facile d'établir un plan de conception et d'obtenir l'équipement voulu pour le raccordement au service 911 et au service d'incendie. Il était également utile - mais pas essentiel pour un tel système - que les services et départements de la ville d'Edmonton soient régis par une politique-cadre de fonctionnement en vertu de laquelle ils doivent tous fournir le savoir-faire, l'équipement et les services qui peuvent s'avérer nécessaires pour assurer l'état de

préparation de la ville en cas d'urgences ou de sinistres. Le système d'appel afférent a été mis en place, et les coûts ont été partagés entre les membres du CEPSPRE.

Le CEPSPRE finance ses activités au moyen de deux catégories de cotisations annuelles; les plus élevées sont versées par les membres qui exploitent des pipelines et des services publics, tandis que les autres sont payées par le gouvernement, les organismes de réglementation et les services de première intervention.

Des liaisons téléphoniques spécialisées sont installées entre notre centre de répartition/d'intervention d'urgence et les centres de contrôle, accessibles 24 heures sur 24, de trois de nos membres du CEPSPRE. Cette liaison «1 à 3» est activée par un bouton «pipeline» placé sur le téléphone de chaque répartiteur d'urgence. Chacun des trois centres de contrôle possède une liste des membres désignés du CEPSPRE qu'il a charge d'aviser dans une situation d'urgence; les compagnies sont regroupées selon la nature du pipeline :

- Gazoducs
- Oléoducs
- Pipelines de produits raffinés.

Chaque compagnie figurant sur ces trois listes est alors appelée individuellement par l'un des trois centres de contrôle principaux. Le centre de répartition d'urgence communique ensuite avec les personnes-ressources des autres organismes membres suivants :

- Service d'incendie du comté de Strathcona
- Alberta Energy and Utilities Board
- Office national de l'énergie

Le même message est transmis uniformément dans chaque cas. À mesure que chaque compagnie est avisée et détermine sa situation et sa participation, elle rappelle le centre de répartition du service d'incendie en utilisant un numéro de téléphone désigné pour faire rapport sur sa situation, sa participation et les mesures qu'elle prend. Chacun de ces appels est enregistré sur un magnétophone double et peut être retrouvé à des fins d'information, de suivi, d'aide ou de référence.

Pendant ce temps, le centre de répartition d'urgence demande l'intervention de la police et appelle les services d'incendie et d'ambulance compétents, et communique aussi avec le centre de répartition du service d'incendie du comté de Strathcona pour établir des relations de travail et l'avertir d'une intervention éventuelle.

Les appels faits à l'Alberta Energy and Utilities Board et à l'Office national de l'énergie avisent ces organismes qu'ils peuvent être appelés à fournir une assistance spéciale ou à prendre des mesures de réglementation. L'intervention des compagnies pipelinières et des services publics, et des autres organismes, peut alors être coordonnée ou assurée par l'intermédiaire du centre de répartition d'urgence d'Edmonton, et si l'incident prenait de l'ampleur, la base établie pour la coordination peut être maintenue ou transférée de façon ordonnée de manière à faire intervenir des paliers supérieurs de gestion, comme le centre des opérations d'urgence de la municipalité

Un lien à entretenir

*Kevin Underhill et Warren Loper - Pipeline Interprovincial Inc.**

Au nom d'IPL, Warren et moi aimerions remercier l'ONÉ de nous donner l'occasion de vous entretenir sur le programme de sensibilisation du public de la compagnie. Certains d'entre vous ont peut-être participé à l'atelier de sensibilisation de 1997 où IPL a examiné les modalités d'exécution de son programme annuel de sensibilisation du public. Warren et moi sommes ici aujourd'hui pour vous parler de certains des outils que la compagnie utilise pour mener son programme annuel. Je vous exposerai une nouvelle initiative qu'IPL a lancée, tandis que Warren vous parlera de notre vidéo «Touché manqué» qui demeure un excellent outil de sensibilisation aux pipelines.

Le programme de sensibilisation du public d'IPL vise à éduquer et sensibiliser les intervenants qui vivent et travaillent à proximité de ses pipelines. Le but de la compagnie est de fournir l'information particulière dont les divers groupes cibles ont besoin et de la présenter d'une manière simple et claire afin d'accroître l'utilité de cette information pour le groupe visé.

Un lien à entretenir

Au milieu de 1997, les services des emprises, des croisements, de l'environnement, de la sécurité et des affaires publiques d'IPL se sont réunis pour réexaminer le programme de sensibilisation du public, et plus particulièrement les brochures que la compagnie utilise pour mener son programme annuel. La compagnie voulait donner une nouvelle apparence à la documentation et la mettre à jour, puis s'assurer qu'elle diffusait les messages clés le plus efficacement possible. Pour nous aider dans le cadre de ce processus, nous avons sollicité le savoir-faire de consultants de l'extérieur dont le rôle a consisté à revoir tous les documents antérieurs de sensibilisation du public et à élaborer une trousse qui répondrait à nos besoins ct à ceux des divers intervenants.

À partir de ce processus, le thème «Un lien à entretenir» a été élaboré puis élargi pour former le programme que nous offrons actuellement au public. K.I.T. (pour Keeping In Touch) est l'acronyme et le logo du nouveau thème sous-jacent au programme annuel de sensibilisation du public d'IPL.

Objectifs en matière de communication

Éduquer les publics visés

IPL a défini trois principaux groupes cibles : propriétaires, voisins et locataires, personnel de première intervention, et entreprises d'excavation et services publics.

Communiquer directement de l'information pertinente

Le but visé ici est de fournir de l'information particulière pertinente à chaque groupe cible.

Personnaliser le message

Rendre le message plus pertinent pour les groupes cibles individuels sur le plan du contenu, du style et du ton.

Simplifier le message

Afin d'accroître l'utilité de l'information, nous voulions simplifier le message et éviter l'emploi du jargon technique, si possible.

Trousse «Un lien à entretenir»

Comme je l'ai mentionné précédemment, le présent exposé est censé porter essentiellement sur les outils dont IPL se sert pour mener son programme annuel, plutôt que sur les modalités d'exécution du programme. L'un des éléments clés du programme d'IPL est le contact personnel entre les résidents et le personnel sur le terrain de la compagnie qui vit et travaille dans la région. Si un contact personnel est impossible, le personnel laisse l'information à la résidence, et un appel téléphonique tient lieu de suivi.

La trousse de 1998 était constituée d'un contenant conçu de manière à encourager les gens à conserver l'information fournie, d'une bouteille thermos (soit le présent remis au cours du programme de cette année) et, en dernier lieu, d'une lettre de chaque directeur régional présentant le programme «Un lien à entretenir».

Contenant

Nous avons eu recours aux services d'un photographe professionnel qui a parcouru la canalisation pour prendre des photos du personnel sur le terrain et des propriétaires jalonnant le réseau dans le but de livrer notre message : nous ne faisons pas que traverser les diverses collectivités, nous en faisons partie.

La trousse contient aussi le dépliant de l'ONÉ intitulé Vivre et travailler à proximité des pipelines - guide du propriétaire.

L'élément principal de la trousse est l'ancienne brochure sur la sécurité de la compagnie qui a été rajeunie avec des photos et du texte d'actualité qui ont été agencés d'une manière plus conviviale sur le plan du style, du contenu et du texte.

Carte-réponse

L'un des volets du programme d'IPL comprend l'évaluation et la modification du programme de sensibilisation du public afin de garantir son efficacité. La carte-réponse jointe à la trousse «Un lien à entretenir» fait partie du processus d'évaluation. Les cartes sont pré-adressées et pré-affranchies; les commentaires reçus du public nous aideront à élaborer un programme efficace.

Reliures

Il s'agit ici des trousses fournies au personnel de première intervention ainsi qu'aux entreprises d'excavation et aux services publics. La présentation varie selon le contenu des deux trousses. Les reliures sont à onglets pour faciliter la consultation et répondent aux besoins des utilisateurs dans les bureaux.

La reliure destinée au personnel de première intervention contient des renseignements particuliers sur les produits expédiés et a été réalisée au moyen de fiches signalétiques, format avec lequel les pompiers et les policiers sont familiers.

La reliure qui s'adresse aux entreprises d'excavation et aux services publics est, de toute évidence, axée sur les précautions à prendre lorsque l'on travaille à proximité des pipelines. Elle comprend des cartes du réseau ainsi que la brochure de l'ONÉ intitulée Travaux d'excavation et de construction près des pipelines.

Cela marque la première année du programme «Un lien à entretenir», et nous avons hâte de recevoir les commentaires de nos publics cibles.

Vidéo «Touché manqué»

L'art oratoire est un don que tout le monde ne possède pas forcément. Néanmoins, nous devons transmettre un message clair et cohérent à un vaste public au sujet des dangers liés au fait DE NE PAS appeler avant de creuser. Sur le terrain, le personnel d'entretien du pipeline de la compagnie est chargé de livrer ce message à la population.

Compte tenu que la fonction première de notre personnel d'entretien du pipeline est d'entretenir le réseau pipelinier, le fait de détacher ce groupe diversifié de personnes qui ne sont pas des orateurs publics, pour parler des dangers de ne pas appeler avant de creuser, pourrait avoir des résultats variés. Aussi, en produisant le vidéo «Touché manqué», nous avons normalisé le moyen d'information de sorte que le message soit non seulement uniforme et concis, mais également «transportable».

Le vidéo a été produit en 1993 dans le cadre d'un partenariat entre IPL et Pipelines Trans-Nord Inc. Le mérite ne nous en revient pas exclusivement car nous avons bénéficié de l'aide d'autres sources, notamment l'utilisation d'extraits du vidéo sur la sécurité du Comité des exploitants de pipelines et de services publics de la région d'Edmonton (CEPSPRE) et les points de vue de l'ONÉ concernant la nécessité pour Trans-Nord de réaliser une production semblable. Je crois que le partage des coûts de 30 000 $ n'a pas fait de tort non plus. Avec le soutien supplémentaire de l'industrie, nous avons obtenu un produit qui est aussi pertinent aujourd'hui qu'au moment de sa création.

L'un des éléments importants pour nous était d'en faire une production générique que tous pourraient utiliser. En fait, en 1997, TransCanada nous a demandé d'ajouter le nom de la compagnie au générique - c'est la seule modification apportée au vidéo au cours des cinq dernières années.

Ensemble, nous adressons ce vidéo de formation aux entreprises d'excavation et aux compagnies de services publics ainsi qu'aux municipalités et aux sociétés d'ingénieurs. J'estime qu'il y a jusqu'à 1 500 copies du vidéo en circulation aujourd'hui.

Cette année, IPL incorpore le vidéo dans son programme «Un lien à entretenir». Cela signifie que de 300 à 400 entrepreneurs, entreprises en excavation et compagnies de services publics obtiendront le vidéo dans le cadre du programme annuel de sensibilisation du public d'IPL.

IPL continuera d'évaluer et de modifier son programme pour s'assurer qu'il répond à ses besoins et à ceux de ses publics cibles. Nous sommes confiants d'avoir un excellent programme, mais nous sommes également conscients qu'il y a toujours place pour l'amélioration, et ce sont des rencontres comme celles-ci qui nous offrent la possibilité d'apprendre au contact des autres pour en arriver à communiquer de l'information importante de la meilleure manière possible.

Q. Que ferez-vous à la réception des cartes-réponses? À quoi servira l'information fournie?

A. Nous évaluerons l'information figurant sur les cartes afin de déterminer les lacunes possibles de notre programme.

Q. Que ferez-vous pour que les gens retournent les cartes?

A. IPL pré-affranchit les cartes-réponses. Il suffit de les mettre à la poste.

Q. Quel est le coût unitaire des trousses «Un lien à entretenir»?

A. Le coût unitaire (production, reliures et autres) est de 8 $, et IPL a produit 8 000 trousses.

Q. Comment avez-vous réuni les fonds voulus pour affecter autant d'argent à un programme de sensibilisation?

A. Nous avons obtenu assez facilement le financement nécessaire pour ce programme. En outre, les coûts liés à une rupture causée par un tiers seraient beaucoup plus élevés que celui de l'ensemble du programme de sensibilisation de 1998.

**À compter du 13 octobre 1998, la compagnie Pipeline Interprovincial Inc. est devenue Enbridge Pipelines Inc.*

BC One Call

Scott Henley

Scott Henley, directeur de BC One Call (Centre à numéro unique de la C.-B.), a présenté le nouveau vidéo du centre sur le système d'appel à numéro unique. Le débat qui a suivi la présentation du vidéo a porté essentiellement sur la mise en place des organismes à numéro unique.

En ce qui a trait à l'adoption d'une loi qui exigerait que les compagnies possédant des installations enfouies appartiennent à des organismes à numéro unique, Scott a affirmé que pareille législation a été instaurée aux États-Unis dans tous les États sauf deux, mais que cela ne s'est pas fait du jour au lendemain. Au Canada, il n'y a pas encore de législation du genre et son adoption comporte à la fois des avantages et des inconvénients. Dans la plupart des cas, les compagnies ayant des installations enfouies voient d'emblée l'avantage d'adhérer à un système à numéro unique, mais certaines compagnies ne l'ont pas encore constaté.

Essentiellement, l'adhésion à un système à numéro unique n'est pas obligatoire au Canada.

S'agissant de la structure des organismes à numéro unique au Canada, Scott a déclaré que les quatre centres à numéro unique au Canada (Québec, Ontario, Alberta et C.-B.) ont des conseils d'administration et sont dirigés comme des organismes sans but lucratif.

Bob Chisholm, directeur du Centre à numéro unique de l'Alberta, a saisi l'occasion de soulever un point de vue important à savoir : quand les compagnies pipelinières s'adressent aux propriétaires et aux entrepreneurs, c'est pour livrer essentiellement le même message que les centres. Par conséquent, Bob a affirmé qu'il est très avantageux de travailler de concert pour atteindre le but commun de la sécurité publique.

Service d'intervention d'urgence d'Edmonton

Tim Vandenbrink - Programmes efficaces de sensibilisation

Tim Vandenbrink, capitaine du service d'intervention d'urgence d'Edmonton, a présenté aux participants un exposé sur les programmes efficaces de sensibilisation. Depuis nombre d'années, Tim fait des présentations d'éducation populaire, notamment sur la sécurité-incendie, à des publics de tous âges, et pendant cette période, il a continuellement réévalué le programme de son service.

Tim a constaté qu'à mesure que les gens vieillissent, ils ont tendance à être moins réceptifs à l'information et à la formation visant à les protéger, et que c'est l'une des raisons pour lesquelles il faut constamment réévaluer et améliorer les programmes en place.

Même si Tim fait preuve d'humour dans ses présentations touchant l'éducation et la sécurité de la population, il en ressort clairement le message suivant : la sécurité c'est l'affaire de tous, et pour éduquer efficacement le public, nous devons agir, pas seulement parler.

Communication des risques aux voisins du pipeline

Joan Hess - Trans Mountain Pipe Line Company Ltd.

Le pipeline de Trans Mountain, qui s'étend d'Edmonton à Burnaby, transporte 90% des produits pétroliers utilisés dans le Lower Mainland - des produits tels que l'essence, le combustible diesel et le pétrole brut. Le pipeline a été construit il y a 45 ans et, aujourd'hui, beaucoup plus de gens vivent à proximité du pipeline et des terminals que lors de la construction.

En 1996, Trans Mountain a mis en branle un vaste projet pour créer et coordonner une trousse d'information visant la sensibilisation et la sécurité qui devait être distribuée à plus de 200 000 voisins vivant dans un rayon d'environ un kilomètre du pipeline et des installations de la compagnie.

Le document de communication des risques aux voisins du pipeline a été intitulé «Trans Mountain's Pipeline in your Neighbourhood and Living Safely With it» (Le pipeline de Trans Mountain dans votre voisinage et comment vivre en toute sécurité en sa présence). Cet envoi postal visait à informer les voisins sur la façon de déceler une fuite et à leur indiquer ce qu'il est important de faire et de ne pas faire pour assurer leur sécurité.

Certes, l'information contenue dans la brochure était importante, mais la coordination d'un envoi postal aussi vaste, qui incluait une lettre d'introduction, la brochure et des cartes propres au voisinage, était tout aussi importante. La trousse a été distribuée par Poste Canada grâce à de l'information transmise par la société, et Trans Mountain a préparé les cartes des environs de son pipeline en fonction du code postal. Chaque voisin a reçu une carte indiquant l'emplacement du pipeline et des installations dans la région immédiate.

Une carte-réponse pré-affranchie était fournie à l'intention des personnes qui souhaiteraient recevoir des renseignements supplémentaires ou poser des questions au sujet des installations ou des opérations de la compagnie.

Trans Mountain a reçu environ 300 cartes-réponses et en a assuré le suivi. Les commentaires fournis dans les réponses aideront la compagnie à préparer les futures communications destinées aux collectivités.

Les réponses reçues étaient positives en majorité, les préoccupations étant axées sur la santé, la sécurité et l'environnement. La compagnie a reçu beaucoup de commentaires la félicitant pour ses efforts de communication.

Trans Mountain entend mener un programme de communication semblable tous les deux ans dans l'avenir, pour s'assurer que les voisins demeurent au fait de ses installations et de ses opérations.

La sécurité commence par un appel - Petits déjeuners sur la sécurité de 1998

Bev Graham - Petroleum Transmission Company Ltd.

Au cours des dernières années, Bev Graham et la Petroleum Transmission Company ont fait oeuvre de chefs de file dans l'industrie pipelinière de la Saskatchewan en organisant des petits déjeuners annuels sur la sécurité à l'intention des entrepreneurs de la Saskatchewan.

Ces petits déjeuners commencent au début du printemps et ont lieu le long du corridor de municipalités urbaines et rurales pendant environ trois semaines; on y diffuse le message suivant aux entreprises d'excavation de la Saskatchewan : «La sécurité commence par un appel».

Le résultat de cette initiative conjointe de sensibilisation est la diffusion d'un message universel à un public ciblé. Même si le programme semble simple et si le message est universel, mener une campagne conjointe à laquelle participent neuf compagnies constitue une tâche difficile. Il est également difficile d'évaluer le degré de succès d'une campagne de sensibilisation, mais au cours des trois dernières années, on a observé une baisse régulière du nombre de rapports sur des activités non autorisées menées près des pipelines qui relèvent de l'Office en Saskatchewan.

La sensibilisation du public et le rôle de l'Office

Mike Sullivan - Office national de l'énergie

«A mari usque ad mare» - d'un océan à l'autre

Les représentants des services de sensibilisation du public des compagnies pipelinières, des Maritimes à la C.-B., sont présents ici aujourd'hui. Vous êtes les professionnels de première ligne qui, au nom de la sécurité publique et de la sécurité des pipelines, inondez la population canadienne de brochures, de cartes, d'objets, de calendriers, de journées d'accueil et de matériel éducatif, et faites partie des comités de prévention des dommages.

Par votre seule présence, vous avez manifesté votre volonté et celle de vos compagnies de partager les pratiques exemplaires, d'apprendre de nouvelles techniques et d'élargir vos programmes.

Aperçu

En guise d'introduction, voici les sujets que j'espère aborder brièvement aujourd'hui....

- *Le Règlement sur le croisement des pipelines*
- *La sensibilisation du public aujourd'hui - adapter des programmes de plus ou moins grande envergure pour répondre aux besoins d'un public particulier*
- *Les objectifs que devrait atteindre un programme de sensibilisation du public*
- *Ce que nous - les inspecteurs de l'Office national de l'énergie - recherchons dans un programme de sensibilisation du public*
- *Comment les inspecteurs évaluent les programmes*
- *L'avenir de la sensibilisation du public*

Le Règlement sur le croisement des pipelines de l'Office national de l'énergie

En vertu du Règlement sur le croisement des pipelines, les compagnies pipelinières doivent établir et maintenir des programmes «permanents» de sensibilisation du public. Avant la promulgation du Règlement en 1988, certaines compagnies menaient déjà des programmes de sensibilisation , mais le Règlement a marqué un point de départ pour nombre d'entre elles.

Les programmes doivent :

1.) Informer le public de la présence de la canalisation,

2.) Informer le public des responsabilités qui lui incombent lors de travaux de construction d'installations ou de travaux d'excavation près d'un pipeline, et

3.) Être évalués régulièrement afin de déterminer leur efficacité.

En tant qu'organisme de réglementation, l'Office doit veiller à ce que ses règlements soient respectés et à ce qu'ils soient toujours pertinents et efficaces. En offrant des tribunes comme les ateliers de sensibilisation, nous estimons contribuer à fournir le cadre voulu pour des programmes de meilleure qualité.

La sensibilisation du public aujourd'hui

Les programmes de sensibilisation prennent des formes diverses et sont d'envergure variée, chacun étant conçu pour servir au mieux le public jalonnant l'emprise de chaque compagnie pipelinière.

Certaines installations pipelinières couvrent de très grandes distances, traversant divers environnements urbains, et nécessitent une petite armée de gens pour assurer la sécurité opérationnelle.

Par contre, d'autres installations ne couvrent pas nécessairement les mêmes distances et les régions qu'elles traversent ne sont peut-être pas aussi diversifiées sur le plan de la densité démographique et de l'activité industrielle. Cependant, chaque programme requiert planification, coordination et organisation. Dans chaque cas, il faut adapter le programme de sensibilisation pour tenir compte efficacement des enjeux potentiels et des publics respectifs.

Les compagnies qui exploitent un pipeline court peuvent trouver difficile de justifier un programme de sensibilisation du public. Cependant, le Règlement ne fait pas de distinction injuste. La sécurité des personnes qui vivent le long d'un pipeline de quelques kilomètres est tout aussi importante que celle des personnes résidant le long d'une emprise traversant tout le pays. De par sa nature même, le Règlement de l'ONÉ permet à chaque compagnie pipelinière de déterminer ce qui lui convient le mieux et d'élaborer son programme en fonction des besoins de son public ou de ses intervenants.

Les efforts consacrés à la formation du personnel chargé d'exécuter un programme de qualité, et la philosophie organisationnelle de la compagnie, constituent des facteurs clés dans l'efficacité d'un programme. Un gros budget peut certes refléter l'étendue du programme d'une compagnie, mais il ne garantit pas nécessairement l'efficacité de ce dernier.

Quels objectifs devrait atteindre un programme de sensibilisation du public?

Un programme de sensibilisation du public devrait créer un «public informé» qui sait comment prévenir les incidents - notamment les dommages par les tiers - et comment intervenir en cas d'incident pipelinier. Pour atteindre ce but, un programme de sensibilisation doit être souple : il doit évoluer en fonction de la demande d'information de la part du public.

Nous devons tous parvenir à fournir plus efficacement l'information que le public exige.

Inspections, vérifications et surveillance des programmes de sensibilisation du public

Nous menons des vérifications, des inspections et des contrôles pour nous assurer que l'industrie répond aux exigences de l'ONÉ qui sont prévues par la loi.

Les réactions à ce rôle de l'Office sont parfois partagées. Nous nous efforçons de ne pas nous attarder sur les réactions négatives mais plutôt d'améliorer les mesures visant à accroître le rendement. Le fait est que si nous travaillons tous ensemble, nous serons beaucoup plus efficaces.

Le rôle de l'Office

L'Office national de l'énergie siège au centre du «réseau» de réglementation des compagnies pipelinières; il constitue l'un des «dénominateurs communs» qui relient les membres de l'industrie. L'autre dénominateur commun est peut-être le fait que nous visons tous à assurer la sécurité de la population canadienne et à accroître la confiance de celle-ci dans la sécurité des réseaux pipeliniers.

Cependant, la sécurité n'est pas de propriété exclusive. En partageant l'information, les réalisations et les pratiques exemplaires, nous augmentons les chances d'assurer la sécurité du public.

Au-delà des exigences du Règlement, cependant, le rôle non défini de l'Office en ce qui a trait à la sensibilisation du public est le suivant :

- Encourager l'amélioration continue des programmes de sensibilisation du public, et
- Faciliter l'échange de l'information, des noms et des tendances ainsi que le partage des méthodes éprouvées, selon les besoins, par téléphone ou au cours d'une vérification ou d'une réunion.

Grâce à nos liens avec les experts de l'industrie dans le domaine de la sensibilisation du public, nous avons une large vue d'ensemble de l'initiative de sensibilisation du public.

Il en résulte que le processus de vérification et d'examen non seulement garantit la conformité, mais aussi permet d'acquérir et de partager des connaissances dans le domaine de la sensibilisation du public et de rassembler de l'information sur les tendances qui va au-delà des méthodes éprouvées de prestation de l'information publique.

Champ de vision

Par exemple, voici quelques éléments que nous recherchons à l'examen d'un programme de sensibilisation du public :

Philosophie organisationnelle

Peut-on dégager un lien entre la philosophie organisationnelle de la compagnie et la façon dont elle livre son programme de sensibilisation? Que les renseignements et les directives concernant l'exécution du programme soient transmis de façon informelle au personnel de la compagnie n'est peut-être pas aussi efficace que le fait de fournir cette information grâce à de la formation.

Leadership

Au sein de l'industrie pipelinière, il existe des leaders sur le plan de l'initiative, de la philosophie, de la reconnaissance des tendances, et de l'innovation. Parfois, ce sont les individus dans une compagnie qui sont les agents moteurs du programme. Ces compagnies et ces personnes deviennent de bonnes personnes-ressources et des mentors.

Tendances actuelles

L'évolution des techniques de construction et d'excavation peut susciter de nouveaux risques pour les pipelines. Exemples : forage directionnel, défonçage du sol pour la pose de câbles à fibres optiques. Est-ce que la compagnie

cible ces entreprises d'excavation ayant des techniques particulières?

Est-ce que la compagnie utilise la technologie actuelle pour appuyer l'exécution de son programme de sensibilisation du public sur les pipelines - ex. pages interactives du Web?

Nouveaux enjeux

Des méthodes nouvelles d'excavation ou d'autres raisons pour mener des travaux d'excavation peuvent aussi accroître les risques pour les pipelines - en Saskatchewan, les chasseurs de canards ont creusé des trous profonds et larges près d'emprises pipelinières pour se cacher pendant la chasse et, au cours de la tempête de verglas au Québec et en Ontario, le rythme effréné des travaux effectués par les compagnies de services publics pour rétablir l'électricité a posé un risque plus grand pour les pipelines qu'en temps normal.

Innovation

Les napperons sur la sécurité pipelinière, les mécanismes de réponse aux sondages et la coopération conjointe pour la planification et l'organisation d'activités telles que les petits déjeuners des entrepreneurs, sont autant d'idées novatrices qui peuvent être partagées avec les autres compagnies. L'innovation est la caractéristique d'un programme qui est vivant et permanent.

Vulnérabilité

Y a-t-il un aspect du programme qui n'est pas efficace et qui nécessiterait peut-être des modifications? Souvent, ce n'est pas le plan ou le contenu particulier d'un programme qui le rend vulnérable, mais plutôt le manque d'engagement de la compagnie ou de ses représentants à l'égard du programme.

Évaluation d'un programme de sensibilisation du public

L'Office national de l'énergie ne procède pas à une «vérification» du programme d'une compagnie; il examine plutôt l'évaluation, faite par la compagnie, de l'efficacité de son programme.

Voici quelques questions que l'inspecteur de l'Office garde à l'esprit quand il mesure l'efficacité d'une évaluation :

1. «La compagnie a-t-elle évalué son programme?»

O Dans l'affirmative, la compagnie a montré qu'elle veut que son programme évolue et s'améliore constamment.

N Il se peut que le programme commence à vieillir et stagne - ce qui peut indiquer des problèmes plus importants tenant à la philosophie de l'organisation; la compagnie estime peut-être que son programme est efficace et qu'il n'y a donc pas lieu de l'évaluer. Selon la réglementation, l'évaluation doit être documentée.

2. «La compagnie a-t-elle défini des buts?»

O La compagnie a démontré que le programme a été évalué et qu'elle a cerné les domaines où des améliorations doivent être apportées. Fixer des buts garantit qu'un programme est dynamique et permanent.

N Il se peut que la compagnie n'ait pas vu la nécessité de définir des buts à ce moment particulier. Cela est acceptable, mais à un moment donné la prévisibilité s'installe et la compagnie ferait bien d'actualiser son programme pour s'assurer que le public visé reçoit de l'information à jour.

3. «La compagnie a-t-elle atteint ses buts?»

O La compagnie a axé ses efforts sur des buts réalisables et les a atteints.

N Il peut y avoir de nombreuses raisons pour lesquelles les buts n'ont pas été atteints, mais le principal c'est que la compagnie en a fixés. Au moyen d'une évaluation, la compagnie déterminera pourquoi elle n'a pas atteint ces buts, et elle examinera les mesures à prendre.

Et, bien sûr, il reste la question : «Pouvons-nous vous être utiles?» - Est-ce que l'ONÉ peut faire quelque chose pour contribuer à l'évolution du programme de votre compagnie?

Un travail continu

Sensibiliser le public est un «travail continu». Les morceaux du casse-tête semblent s'imbriquer, mais le casse-tête n'est jamais complété. À mesure qu'évolue la demande du public, ou que change la façon dont nous recevons et transmettons les changements dans l'information, il faut modifier les programmes utilisés pour livrer le message.

Si l'information continue d'être diffusée de la même façon qu'il y a dix ou vingt ans, elle finira par devenir une nuisance et à gaspiller notre temps. Le contenu des programmes, tout comme le mode de presentation, doivent être d'actualité.

Faire le casse-tête

Nous travaillons tous sur notre morceau du casse-tête.

Il y a dix ou quinze ans, les morceaux était plus dispersés, mais lentement, au fil des ans, les leaders et les innovateurs de l'industrie ont réussi à constituer une partie du casse-tête.

La philosophie organisationnelle entraîne l'innovation, crée des leaders et nous signale les changements dans les tendances actuelles; elle est essentielle à l'établissement et à la réalisation des buts. Ces morceaux du casse-tête se rassemblent. Cependant, quand nous essayons de réunir tous les morceaux, nous avons parfois l'impression de faire deux pas en avant puis un pas en arrière et ce, parce que ce qui nous semble sécuritaire aujourd'hui ne le sera peut-être pas demain.

Les personnes qui vivent le long de la canalisation sont nos voisins, notre famille et nos amis, et il est important qu'ils se sentent à l'aise de vivre et de travailler près de ces installations.

Conclusion

Au cours des deux dernières années, les pipelines ont fait les nouvelles et les gros titres. Malheureusement, les médias font de bons reportages sur les sinistres. Cependant, ils ne font à peu près rien pour signaler des initiatives menées dans l'industrie pipelinière, comme les programmes de sensibilisation du public, qui visent à assurer la sécurité publique.

Fournir de l'information exacte, opportune et efficace pour assurer la sécurité publique constitue un défi de taille. Cependant, à la lumière des exposés présentés aujourd'hui, nous pouvons affirmer que bien des efforts sont déployés pour assurer la sécurité publique.

Mais l'initiative de sensibilisation du public n'est aussi forte que l'est son maillon le plus faible. Le grand public ne fait pas de distinction entre la compagnie «X» et la compagnie «Y», la compétence fédérale ou provinciale - si un incident se produit, l'industrie en général et l'organisme de réglementation seront placés à la même enseigne.

Collectivement, nous pouvons réaliser beaucoup de choses par une coopération accrue, la communication, la participation conjointe et l'évaluation des programmes de sensibilisation du public. Tant que nous continuerons à partager l'information, les pratiques exemplaires et le but d'assurer la sécurité de la population sur chaque emprise, je crois que nous atteindrons notre objectif, la sécurité publique.

Questions et réponses :

Observation de Larry Champ, Shell U.S. et One-Call, membre exécutif

«Aux États-Unis, nous sommes confrontés aux mêmes problèmes. Vous avez des idées extraordinaires, et nous devrions nous réunir pour partager l'information et les idées sur la sécurité publique et parler des mesures prises par les compagnies pipelinières. Nous devrions regrouper ces idées des deux côtés de la frontière, les partager et répéter le processus. Nous pourrions, et nous devrions faire de même avec les systèmes à numéro unique. Nous devrions nous engager à partager l'information sur ce sujet également.».

Mot de la fin

Comme l'étalement urbain fait en sorte que de plus en plus de gens vivent et travaillent à proximité des pipelines qui, autrefois, s'étendaient bien au-delà des limites des villes, le risque de dommages par des tiers croît chaque jour. Il faut donc absolument que le public sache comment prévenir les incidents et comment intervenir en cas d'incident pipelinier.

Les membres de l'industrie rivalisent les uns avec les autres dans divers domaines, mais quand il s'agit de la sécurité publique, les règles du jeu sont les mêmes pour tous. La sécurité est l'affaire de tous; elle n'appartient pas exclusivement à une compagnie, à un comité ou à une partie.

À l'atelier de sensibilisation de 1998 qui a eu lieu à Vancouver, nous avons pu constater l'engagement des compagnies, qui ont fait des exposés et qui ont participé, à partager les pratiques exemplaires. Si les compagnies continuent de travailler en collaboration et intensifient leurs efforts dans le but de fournir de l'information efficace au public, elles réussiront probablement à améliorer la sécurité des personnes qui vivent et travaillent à proximité des pipelines.

Je vous remercie d'avoir assisté et participé à l'atelier de sensibilisation de 1998, et je remercie tout spécialement Scott Henley de BC One Call pour sa contribution à la réalisation de cet événement.

Sincèrement,

Mike Sullivan
Directeur de projet

Atelier de sensibilisation de 1998

Équipe de l'atelier de sensibilisation du public de 1998 :

Stella Hiebert - *Planification interne*

Karen Befus - *Planification externe*

Franco Valle - *Conseiller pour le projet*

Mike Sullivan - *Directeur de projet et animateur*